

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PEMANFAATAN FACEBOOK COMMERCE MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)

Vivi Sahfitri

Dosen Universitas Bina Darma

Jalan Jenderal Ahmad Yani No.3 Palembang

Sur-el: vivi_sahfitri@binadarma.ac.id

Abstract: *The Model of Electronic commerce or better known as e-commerce increasingly in demand by the public at large. This electronic transaction model was born because of the globalization of information technology in the economic field. The ease of doing transactions without having to go directly to producers who sell an item makes the widespread of electronic trading activities. Social network is one of the electronic commerce media that currently has many users. This research has purpose to analyze customer satisfaction to utilize facebook Commerce using Method of Importance Performance Analysis (IPA). The result of this research is expected to provide empirical evidence about factors influencing customer satisfaction and facebook commerce user in conducting online transactions. In addition, the test results are also expected to provide insert for improvement for the manager or owner of e-commerce on facebook in order to be more trusted so as to increase online sales made.*

Keywords: *Customer Satisfaction, Facebook Commerce, Online Transaction, Importance Performance Analysis (IPA).*

Abstrak: *Model Perdagangan elektronik atau lebih dikenal dengan istilah e-commerce semakin diminati oleh masyarakat secara luas. Model transaksi secara elektronik ini lahir karena globalisasi teknologi informasi di bidang ekonomi. Kemudahan melakukan transaksi tanpa harus mendatangi langsung produsen yang menjual suatu barang menjadikan semakin meluasnya aktivitas perdagangan secara elektronik. Jejaring sosial (social Network) merupakan salah satu media perdagangan elektronik yang saat ini memiliki banyak pengguna. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap pemanfaatan facebook Commerce menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pengguna facebook commerce dalam melakukan transaksi online. Selain itu hasil pengujian juga diharapkan dapat memberikan masukan untuk perbaikan bagi para pengelola atau pemilik e-commerce pada facebook agar dapat lebih dipercaya sehingga dapat meningkatkan penjualan online yang dilakukan.*

Kata Kunci: *Kepuasan Pelanggan, Facebook Commerce, Transaksi Online, Importance Performance Analysis (IPA)*

1. PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi kini sudah berkembang pesat dan telah merevolusi cara hidup dan kehidupan manusia, baik terhadap cara berkomunikasi, belajar, bekerja, bahkan cara berbisnis ataupun kegiatan lainnya. Perkembangan Teknologi Informasi dan komunikasi di era globalisasi mengakibatkan perubahan yang sangat berarti di berbagai

aspek kehidupan manusia. Globalisasi yang diartikan suatu proses menyatunya dunia yang meliputi berbagai bidang tata kehidupan dunia mengandung karakteristik adanya perubahan keterbukaan, kreativitas, kecanggihan, kecepatan, keterikatan, keunggulan, kekuatan dan kompetisi bebas.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan penemuan-penemuan baru pada bidang teknologi khususnya teknologi informasi. Pada era informasi

sekarang ini teknologi memberikan ruang lingkup yang sangat besar untuk mengorganisasikan segala kegiatan melalui cara baru, yang bersifat inovatif, transparan, akurat, dan tepat waktu. Dengan teknologi informasi dan komunikasi semua proses kerja dan konten akan ditransformasikan dari fisik ke statis menjadi *digital, mobile, virtual, dan personal*.

Salah satu bagian dari kemajuan teknologi adalah keberadaan internet. Internet adalah bagian dari kemajuan teknologi informasi saat ini. Hampir semua orang, dari anak-anak sampai orang tua mampu menggunakan Internet untuk berbagai kegiatan. Gunawan (2012) mengemukakan *internet* merupakan suatu tonggak kemajuan informasi di Indonesia. Dengan menggunakan *internet* masyarakat dapat memperoleh informasi dengan singkat dan biaya yang murah. Dengan menggunakan *Internet*, batas-batas fisik antara manusia yang berada di belahan dunia yang lain tidak menjadi faktor penghambat untuk saling bertukar informasi. Penggunaan internet juga mendorong kemajuan ekonomi, karena dengan *Internet* ekonomi konvensional yang lambat dengan bergantung pada interaksi fisik dari sumber daya yang terlibat menjadi ekonomi digital yang cepat. Seiring semakin luasnya komunikasi *virtual* yang diberikan oleh internet, saat ini keberadaan media sosial menjadi bagian dari kehidupan manusia. Media sosial merupakan media baru dan akhir-akhir ini telah berkembang sangat pesat di seluruh penjuru dunia, karena media baru ini mudah diakses dan biayanya yang efisien.

Media sosial memberikan banyak fasilitas yang dapat diakses oleh pengguna. Salah satunya adalah fasilitas perdagangan elektronik. Konsep perdagangan elektronik yang banyak digunakan masyarakat saat ini atau lebih dikenal dengan nama *e-commerce*, lahir karena globalisasi teknologi informasi di bidang ekonomi. Perdagangan elektronik atau yang dikenal dengan sistem *e-commerce* sangat bergantung pada sumber daya yang berhubungan dengan teknologi informasi antara lain teknologi jaringan serta perangkat fisik yang mendukung penggunaan *internet*. *Electronic Commerce (e-commerce)* merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web Internet* atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Turban et al, 2001).

Facebook Commerce (F-Commerce) adalah salah satu jenis perdagangan *online* yang menggunakan media jejaring sosial facebook. Pengguna *facebook* yang semakin banyak, berdasarkan data dari kementerian Komunikasi dan informatika tahun 2012 berjumlah 43,06 juta orang dan tercatat sebagai pengguna tertinggi di dunia. Proses jual beli yang terjadi dengan menggunakan *Facebook Commerce* pada dasarnya sangat mudah dilakukan. Proses pemesanan, pembayaran, pengiriman serta nomor telepon untuk melakukan konfirmasi dalam proses jual beli tersebut dapat dilakukan dengan mudah dan cepat tetapi banyak masalah dan resiko yang mungkin dihadapi ketika melakukan transaksi melalui media online salah satunya tidak adanya jaminan keamanan kepada konsumen dari pihak

penjual tentang transaksi yang dilakukan (McKnight, 2002).

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan seseorang atas kinerja pihak lain. Menurut John Martilla and John C. James yang dikutip oleh Supranto (2006), metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat kepuasan seseorang atas kinerja pihak lain. Menurut Martilla dan James yang dikutip dalam Tjiptono (2011), dalam teknik ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan (*perceived performance*) pada masing-masing atribut tersebut.

IPA digunakan oleh perusahaan untuk mengukur kepuasan konsumennya. Perusahaan membandingkan antara harapan konsumen dengan kinerja yang telah dilakukannya. Apabila tingkat harapannya lebih tinggi dari pada kinerja perusahaan berarti konsumen tersebut belum mencapai kepuasan, begitu pula sebaliknya. IPA sendiri merupakan teknik analisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa atau konsumen serta mengetahui perbedaan antara persepsi aktual dan harapan ideal pengguna, dimana metode tersebut didasarkan pada asumsi mengetahui tingkat kesesuaian antara persepsi yang dirasakan dan diharapkan oleh pengguna terhadap pelayanan yang diberikan.

Penelitian bertujuan mengetahui kepuasan Pengguna terhadap fasilitas e-

commerce yang terdapat pada media sosial Facebook dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Pada dasarnya, pengertian kepuasan dan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Kepuasan pengguna dapat dihubungkan dengan kinerja yang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Seperti seorang penumpang mengharapkan pesawat berangkat tepat waktu, akan tetapi kenyataannya sering terlambat, sehingga mengecewakan dan atau menimbulkan rasa tidak puas (Supranto, 2006).

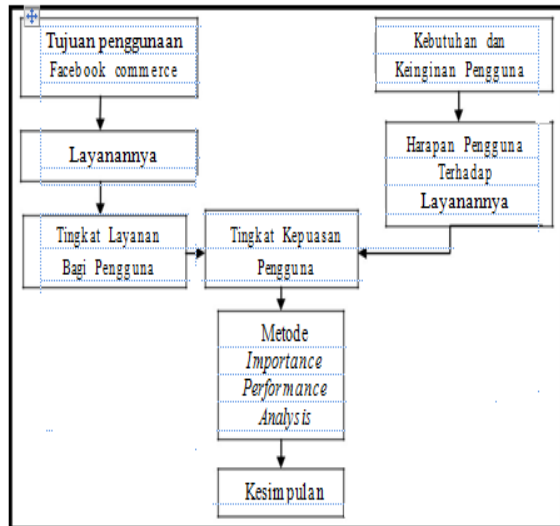
2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sugiyono (2012) mengemukakan bahwa dikatakan metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode kuantitatif digunakan apabila masalah merupakan penyimpangan antara yang seharusnya dengan yang terjadi, antara aturan dengan pelaksanaan, antara teori dengan praktik, antara rencana dengan pelaksanaan.

Penelitian dilakukan melalui langkah-langkah atau tahapan yang dibuat secara terstruktur. Tahapan penelitian merupakan kerangka pelaksanaan penelitian agar kegiatan penelitian dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Penelitian ini menghasilkan analisis kuantitatif dengan metode *Importance Performance Analysis*

(IPA) untuk mengetahui kepuasan pengguna yang menggunakan Fasilitas *facebook Commerce* untuk melakukan kegiatan belanja *online*. Gambar 1 menunjukan tahapan yang dilakukan dalam kegiatan penelitian.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.2 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2012) pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari *setting*-nya, data dapat dikumpulkan pada *setting* alamiah, pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan lain-lain.

Penelitian ini menggunakan instrumen Kuisisioner untuk memperoleh data yang berasal dari Responden Penelitian. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Selain itu, kuisisioner

juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Metode pengambilan sampel dalam kajian kuantitatif penelitian ini adalah dengan metode *non probability* dengan *Purposive Random Sampling*. *Purposive Random Sampling* digunakan dengan cara menetapkan sampel penelitian dimana peneliti menentukan responden berdasarkan anggapan bahwa informan dapat memberikan data pasti, lengkap dan akurat. Teknik *Random Sampling* digunakan dengan cara menetapkan sampel yang semua anggotanya memiliki peluang sama dan tidak terikat oleh apa pun untuk dimasukkan kedalam sampel penelitian.

2.3 Metode Analisis

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan Pengguna terhadap fasilitas *e-commerce* yang terdapat pada media sosial *Facebook* dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Penelitian ini mengambil populasi semua orang yang telah mengerti dan telah mengakses *Facebook* serta menggunakan fasilitas belanja *online* yang ditawarkan dalam *facebook (Facebook commerce)*. Responden ditentukan dengan cara dicari di lokasi dimana saja yang memenuhi syarat yaitu telah mengerti dan telah mengakses serta menggunakan belanja *nline* melalui media jejaring sosial *facebook*. Teknik pengambilan sampel *Sampling Aksidental* ialah teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik responden (ciri-cirinya), maka orang tersebut dapat digunakan

sebagai sampel (responden) dan sesuai dengan karakteristik responden, (Sugiyono, 2012) dan telah mengakses *Facebook* serta melakukan transaksi online menggunakan *facebook commerce* tersebut.

Ukuran sampel ditentukan oleh banyak faktor. Data semakin homogen, ukuran sampel relatif semakin kecil. Fraenkel & Wallen (1993) menyarankan ukuran sampel untuk penelitian deskriptif minimum 100. Pada penelitian ini diambil ukuran sampel sebanyak 120. Responden pada penelitian ini adalah semua orang yang telah mengakses dan melakukan transaksi online menggunakan *Facebook* (*Facebook commerce*).

2.4 Sumber Data

Penelitian ini memerlukan data untuk mengungkap fakta sehingga penelitian dapat berhasil sesuai dengan tujuan. Data yang digunakan adalah data primer, yakni data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Data primer yang dikumpulkan berupa penyebaran kuisisioner kepada responden yang menggunakan *facebook* khususnya yang melakukan transaksi melalui media jejaring sosial *facebook* (*Facebook Commerce*). Selain itu Data sekunder di perlukan untuk mendeskripsikan hasil analisis dari data primer yang diperoleh. Data sekunder diperoleh melalui studi literature (Kajian pustaka) dari berbagai sumber yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

2.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah Angket/Kuisisioner. Data yang diperlukan meliputi variabel *Performance* dan variabel *Importance* yang berkaitan dengan penggunaan *facebook commerce* sebagai salah satu media sosial yang digunakan untuk melakukan kegiatan belanja *online*. Item pernyataan yang digunakan dalam kuisisioner berjumlah 20 buah, dengan pembagian 10 item pernyataan untuk mengukur variabel *performace* dan 10 item pernyataan untuk mengukur variabel *importance*. Kuisisioner dibuat dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2012).

2.6 Teknik Analisis

Tahapan yang dilakukan dalam analisis data penelitian adalah sebagai berikut.

- 1) Pengumpulan data, yang meliputi kegiatan (a) pemeriksaan data (*editing*) yaitu proses meneliti kembali catatan pencari data untuk mengetahui apakah catatan itu cukup baik dan segera dapat disiapkan untuk keperluan proses berikutnya. *Editing* dilakukan dengan harapan dapat

meningkatkan mutu (reabilitas dan validitas) data yang hendak diolah dan dianalisis. Data yang diolah dalam proses *editing* adalah data kuisioner, catatan hasil wawancara dan observasi selama penelitian di lapangan. Hal-hal yang diperhatikan dalam proses editing adalah lengkapnya pengisian kuisioner, keterbacaan tulisan, kejelasan makna jawaban, kesesuaian jawaban satu sama lainnya, relevansi jawaban, dan keseragaman kesatuan data (Safar, 2007), (b) Koding, adalah usaha mengklasifikasi jawaban-jawaban responden menurut macamnya, dengan menandai masing-masing jawaban itu dengan tanda kode tertentu lazimnya dalam bentuk angka. (Safar, 2007), (c) Tabulasi, adalah proses menempatkan data dalam bentuk tabel dengan cara membuat tabel yang berisikan data sesuai dengan kebutuhan analisis. (Safar, 2007).

2) Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan sebuah instrumen (Arikunto, 2013). Uji validitas ditujukan untuk menguji sejauhmana alat ukur yang berupa kuisioner dapat mengukur apa yang hendak diukur. Dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*, dihitung dengan skor total untuk mengetahui pertanyaan mana yang valid dan tidak valid. Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat Pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik

dan keterandalan, yang diusahakan dapat dipercaya adalah datanya, bukan semata-mata instrumennya (Arikunto, 2013). Uji reliabilitas ditujukan untuk menguji sejauhmana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauhmana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan bila alat ukur tersebut digunakan dua kali untuk mengukur gejala yang sama.

3) Importance Performance Analysis (IPA)

Menurut John Martila and John C. James yang dikutip oleh Supranto (2006) metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat kepuasan seseorang atas kinerja pihak lain. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan yang dapat dilihat pada pers 1.

$$Tk_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden.

X_i = Skor penilaian kinerja *Website* Sumeks.

Y_i = Skor penilaian kepentingan pengakses.

Sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dapat diketahui dengan persamaan 2 dan Persamaan 3.

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \dots \dots \dots (2)$$

dan

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan :

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan.

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan.

X_i = Skor penilaian kinerja *Facebook commerce*.

Y_i = Skor penilaian kepentingan pelaksanaan
n = Jumlah responden.

Setelah dilakukan pengukuran tingkat kesesuaian, langkah selanjutnya adalah membuat peta posisi *Importance* dan *Performance* yang merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik, adapun persamaan yang digunakan adalah persamaan 4 dan persamaan 5.

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}_i}{k} \dots \dots \dots (4)$$

dan

$$\bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{k} \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan :

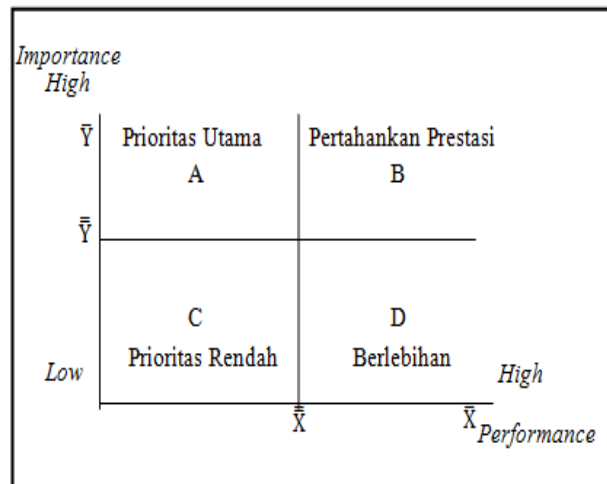
\bar{X} = rata-rata skor tingkat kinerja produk seluruh faktor atau atribut.

\bar{Y} = rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

K = Banyaknya atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan

4) Diagram Kartesius

Pada analisis *Importance Performance Analysis* (IPA), dilakukan pemetaan menjadi 4 kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Pembagian kuadran dalam *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Diagram Kartesius

Keterangan Diagram :

A : Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pengguna, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga mengecewakan/tidak puas.

B : Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan. Untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

C : Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pengguna. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

D : Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.
(Supranto, 2006).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

3.1.1 Karakteristik responden

Responden penelitian diambil dengan metode Sampling Aksidental ialah teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik responden (ciri-cirinya), maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden) dan sesuai dengan karakteristik responden, (Sugiyono, 2012)

1) Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1 menjelaskan jumlah responden laki-laki sebanyak 69 orang atau 69 % dari total populasi 100 responden. Sedangkan jumlah responden perempuan adalah sebanyak 31 orang atau 31% dari total populasi 100 responden. Perbedaan jenis kelamin pada penelitian ini tidak mempengaruhi hasil penelitian karena dalam penelitian ini tidak membedakan jenis kelamin responden.

Tabel 1. Distribusi Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-Laki	69
Perempuan	31
Jumlah	100

2) Berdasarkan Umur

Berdasarkan tabel 2 dapat ditemukan bahwa berdasarkan umur, responden yang terbanyak berada pada interval 21 tahun sampai dengan 40 Tahun adalah sebanyak 67 orang atau 67 %. Hal ini terjadi karena, responden yang paling banyak menjadi sampel penelitian

adalah mahasiswa sedangkan jumlah terkecil responden berada pada umur 20 tahun ke bawah yaitu sebanyak 12 orang atau 12%. Hal ini disebabkan responden merupakan siswa sekolah menengah yang belum begitu tertarik dengan kegiatan berbelanja secara *online* melalui media sosial.

Tabel 2. Distribusi frekuensi Umur

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	12	12 %
21 tahun – 40 tahun	67	67 %
41 tahun – 60 tahun	21	21 %
Total	100	100 %

3.1.2 Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas

Analisis dari penelitian ini ada dua, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut uraian dari tiap-tiap uji.

1) Uji Validitas

Validitas sebuah alat ukur diketahui dengan cara mengorelasikan skor masing-masing item dengan total skor masing-masing item. validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Tabel 3. Uji Validitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based On Standardized items</i>	<i>No Item</i>
.829	.827	20

Berdasarkan tabel 3 hasil uji validitas diatas bahwa *nilai cronbach's alpha* > 0,6 sehingga dapat disimpulkan semua pernyataan dalam kuesioner valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

2) Uji Realibilitas

Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik dan keterandalan, yang diusahakan dapat dipercaya adalah datanya, bukan semata-mata instrumennya.

Tabel 4. Uji Reliabilitas untuk Variabel X (*Importance*) dan Y (*Performance*)

Nomor Item Pernyataan Kuisiomer	r Hitung
X1	.298
X2	.454
X3	.343
X4	.334
X5	.466
X6	.503
X7	.578
X8	.398
X9	.519
X10	.467
Y1	.262
Y2	.413
Y3	.310
Y4	.504
Y5	.467
Y6	.366
Y7	.324
Y8	.432
Y9	.240
Y10	.310

Berdasarkan tabel 4 hasil uji reliabilitas diatas dapat dilihat bahwa pada item *corrected item* total correlation nilai r hitung > 0,195 sehingga semua item pertanyaan kuesioner adalah **reliabel** dan bisa digunakan dalam penelitian

3) Analisis Tingkat Kesesuaian *Importance* dan *Performance*

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan

faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna facebook commerce sebagai media belanja *online* (Supranto, 2006). Maka didapatkan hasil dari penilaian tingkat kesesuaian berdasarkan hasil jawaban responden dalam bentuk tabel 5.

Tabel 5. Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian *Performance* dan Penilaian *Importance*

Penilaian <i>Performance</i>	Penilaian <i>Importance</i>	Rata-rata <i>Performance</i>	Rata-rata <i>Importance</i>
443	464	4.43	4.64
425	446	4.25	4.46
427	435	4.27	4.35
440	434	4.40	4.34
425	436	4.25	4.36
425	419	4.25	4.19
426	428	4.26	4.28
434	423	4.34	4.23
437	448	4.37	4.48
414	430	4.14	4.30
$\sum X_i = 4296$	$\sum Y_i = 4363$	4,29	4,36

Berdasarkan tabel 5 dapat di ketahui hal hal berikut.

a) Tingkat Kesesuaian Total (Tk_i Total) antara

Performance dengan *Importance*

$$TKi = \frac{\sum Xi}{\sum Yi} \times 100\%$$

$$TKi = \frac{4296}{4363} \times 100\%$$

$$TKi = 98,46 \%$$

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa tingkat keesuaian Totak antara *Performance* dan *Importance* adalah 98,46 %.

b) Skor Rata-rata Tingkat *Performance* dengan *Importance*

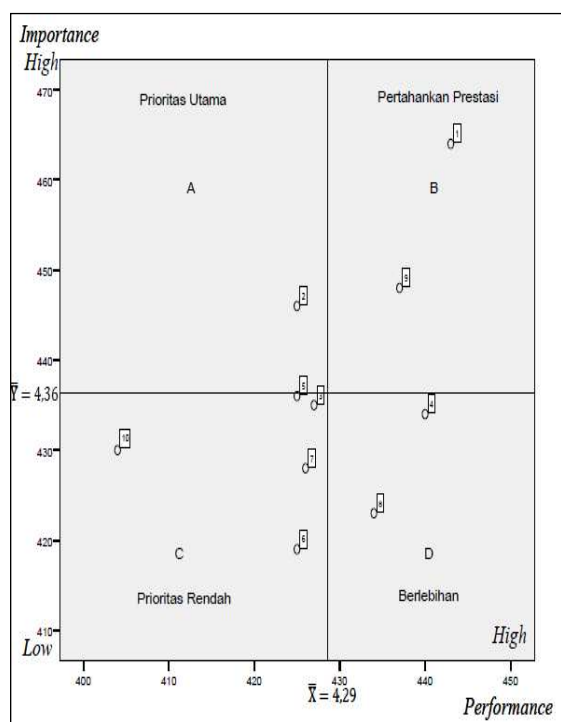
$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{K} = \frac{4296}{100} = 4,296$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{K} = \frac{4363}{10} = 4,363$$

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa rata rata tingkat performance adalah 42,96 dan rata rata tingkat Importance adalah 43,63.

c) Diagram Kartesian

Dari hasil perhitunganya yang telah dilakukan, maka dapat digambarkan dalam suatu Diagram Kartesian yang dapat dilihat pada gambar 3 berikut.



Gambar 3. Hasil Diagram Kartesian

3.2 Pembahasan

Diagram Kartesian pada gambar 3 menunjukan hasil statistik kepuasan pelanggan terhadap pemanfaatan *facebook commerce*. Berdasarkan hasil yang ditampilkan oleh diagram Kartesian maka dapat diketahui faktor-faktor yang berkaitan dengan pelayanan yang diperoleh dari pemanfaatan *facebook Commerce*. Analisis dilakukan pada empat

kuadran yang ditampilkan dalam diagram Kartesian, yaitu sebagai berikut.

1) Kuadran A menjelaskan kinerja pada *laman facebook commerce* rendah namun tingkat harapan pengguna *facebook* tinggi. Dalam hal ini para admin yang menggunakan fasilitas *Facebook Commerce* untuk melakukan kegiatan *online shop* perlu melakukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan atau pengguna *facebook commerce* terhadap atribut yang termasuk kedalam kuadran A agar konsumen merasa puas atau ekspektasi pelanggan tau pengguna layanan sesuai dengan yang diharapkan. Adapun atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran A berdasarkan urutan prioritas utama adalah pernyataan kedua untuk tingkat *Performance* dan *Importance*.

- Tingkat *Performance* pernyataan kedua adalah *Laman Facebook Commerce* menggunakan desain halaman yang sesuai.
- Tingkat *Importance* pernyataan kedua adalah layanan transaksi yang baik serta selalu siap menjawab pertanyaan pengguna.

2) Kuadran B menjelaskan kinerja pada *laman facebook commerce* tinggi dan tingkat harapan pelanggan atau pengguna *laman facebook commerce* tinggi. Atribut-atribut tersebut dianggap telah sesuai dengan keinginan pelanggan atau pengguna sehingga tingkat kepuasan pelanggan atau pengguna relatif lebih tinggi, sehingga perlu untuk dipertahankan oleh pihak produsen dalam hal ini adalah pemilik masing masing *laman Facebook Commerce* karena sudah bisa memberikan pelayanan sesuai dengan

keinginan pelanggan atau pengguna sehingga konsumen merasa puas. Adapun atribut yang terdapat di kuadran B berdasarkan urutan pertahanan prestasi adalah pernyataan ke-satu dan pernyataan ke-sembilan untuk tingkat *Performance* dan *Importance*.

- a. Tingkat *Performance* pernyataan ke-satu adalah *laman* mudah diakses dan pernyataan ke-sembilan adalah *laman* memberikan hal yang positif.
- b. Tingkat *Importance* pernyataan ke-satu adalah Ketepatan informasi yang disajikan dan pernyataan ke-sembilan adalah Interaksi jelas dan dapat dimengerti.

3) Kuadran C menjelaskan kinerja pada *laman facebook commerce* rendah dan tingkat harapan pelanggan atau pengguna *laman facebook commerce* juga rendah. Adapun atribut yang terdapat di kuadran C berdasarkan urutan prioritas rendah adalah pernyataan ke-tiga, ke-lima, ke-enam, ke-tujuh dan ke-sepuluh untuk tingkat *Performance* dan *Importance*.

- a. Tingkat *Performance* pernyataan ke-tiga adalah *laman* menyediakan informasi yang menarik, pernyataan ke-lima adalah *laman* menyediakan informasi tepat waktu, pernyataan ke-enam adalah *laman* menyediakan informasi yang relevan, pernyataan ke-tujuh adalah *laman* menyediakan informasi yang detail dan pernyataan ke-sepuluh adalah Pertanyaan/komplain diselesaikan dalam waktu 24 jam.

- b. Tingkat *Importance* pernyataan ke-tiga adalah Memberikan pelayanan sesuai janji, pernyataan ke-lima adalah Kemampuan admin atau pengelola untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul, pernyataan ke-enam adalah (Melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan/pengguna), pernyataan ke-tujuh adalah Penataan *laman* yang baik dan pernyataan ke-sepuluh adalah Desain yang menarik.

4) Kuadran D menjelaskan kinerja pada *laman facebook commerce* tinggi namun tingkat harapan pelanggan atau pengguna *laman facebook commerce* rendah, sehingga pengelola *laman facebook commerce* tidak perlu melakukan perbaikan. Adapun atribut yang terdapat di kuadran D berdasarkan urutan berlebihan adalah pernyataan ke-empat dan pernyataan ke-deapan untuk tingkat *Performance* dan *Importance*.

- a. Tingkat *Performance* pernyataan ke-empat adalah *laman facebook commerce* menyediakan informasi yang akurat dan pernyataan ke-delapan adalah *laman facebook commerce* menyediakan informasi yang mudah untuk dipahami.
- b. Tingkat *Importance* pernyataan ke-empat adalah Kemampuan pengelola *laman facebook commerce* cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan/pengguna dan pernyataan ke-delapan adalah Penataan produk yang baik.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dilakukan serta sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian, maka diambil kesimpulan bahwa secara umum pelanggan atau pengguna *facebook commerce* sudah sangat puas dengan layanan yang dimiliki oleh fasilitas *facebook commerce*. Perbaikan yang perlu dilakukan adalah pada hal-hal berikut.

- 1) Tingkat kinerja (*Performance*) Laman *Facebook commerce* dalam hal ini tampilannya, belum memenuhi kebutuhan pelanggan atau pengguna laman *facebook commerce*, ditunjukkan pada atribut pernyataan ke-dua yaitu laman *facebook commerce* menggunakan desain yang sesuai. Berarti desain halaman dari laman *facebook commerce* belum sesuai dengan keinginan pelanggan atau pengguna
- 2) Tingkat kepentingan (*Importance*) dari pelanggan atau pengguna dalam hal ini layanannya, terdapat dalam atribut pernyataan ke-dua layanan transaksi yang baik serta selalu siap menjawab pertanyaan pengguna. Hal ini mengindikasikan bahwa layanan yang diberikan oleh pengelola *facebook commerce* belum memuaskan pelanggan atau pengguna.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Fraenkel, Jack R. dan Norman E. Wallen. 1993. *How to Design and Evaluate Research in Education*. Mc Graw-Hill Inc. New York.
- Gunawan, Arif D. 2012. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi resiko, Kepercayaan, dan kesesuaian terhadap sikap pengguna Facebook Commerce (F-Commerce)*. Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang.
- McKnight, Harison D. 2002. *The Impact of Initial Consumer Trust on Intentions to Transact With A Web Site: A Trust Building Model*. Michigan University Press. USA.
- Safar, Misran. *Teknik Pengolahan dan Interpretasi Data*. Jurnal SELAMI IPS Edisi Nomor 21 Volume II Tahun XII Agustus 2007. ISSN 1410-2323
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2011. *Service, Quality & Satisfaction* Edisi 3. ANDI. Yogyakarta.
- Turban, E. and Aronson, J. E. 2001. *Decision Support and Intelligent Systems*. Prentice-Hall Inc. New Jersey.